

ANALISIS PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @ALINIA PARK AND RESORT SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG WISATA

Leni Rayani Gorat, Andri Maijar

Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar
lenirayani3@gmail.com , andrimaijar@uinmybatusangkar.ac.id

DOI: 10.31958/kinema.v4i1.15858

ARTICLE INFO

Article history

Received: 12-05-2025

Revised: 23-05-2025

Accepted: 03-06-2025

Keywords:

Promotion,
Instagram,
Visitor interest

ABSTRACT

This thesis aims to increase visitor interest in Alinia Park and Resort and assess the impact of promotions through Instagram. Instagram is widely used for various activities such as entertainment, business, and information seeking. Its global reach has prompted a shift from conventional to modern promotional methods, specifically through social media. Social media promotions influence external factors that shape consumer perceptions of a product, subsequently affecting their buying interest. One of the key advantages of Instagram is the ease with which promotions can be carried out. The research employs a descriptive qualitative method to analyze and describe the data related to the issues being studied. Data was collected through observation, interviews, and documentation. The data analysis method used includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The theoretical framework for this research is the marketing mix, focusing on Instagram features. The study reveals that promoting Alinia Park and Resort through Instagram involves various features like Posts, captions, Hashtags, Tags, Likes, Followers, Mentions, Geotags, Instagram Reels, Stories, and Comments. These features support the promotional process by providing information and influencing tourists to visit. Based on observations and interviews with several tourists, Instagram is found to be more effective in increasing visitor interest, as evidenced by statements from the tourists.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam masyarakat, baik dari segi sosial maupun gaya hidup. (Waluyo, dkk 2022). Jika dulu orang mendapatkan informasi melalui media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar, kini dengan kehadiran smartphone dan internet, informasi dapat diakses dengan mudah melalui berbagai platform online dan media sosial. Komunikasi menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia, baik dalam bentuk intrapersonal maupun interpersonal. Dalam konteks agama, komunikasi yang baik dan lemah lembut juga ditekankan, seperti yang dijelaskan dalam QS. Thaha ayat 44.

Teknologi komunikasi, terutama media sosial, memiliki peran penting dalam mempermudah penyebaran informasi, termasuk promosi. Promosi sendiri merupakan serangkaian aktivitas yang bertujuan memperkenalkan produk atau layanan kepada masyarakat luas dengan harapan dapat meningkatkan minat dan tindakan pembelian. Salah satu alat promosi yang populer saat ini adalah media sosial. Keuntungan menggunakan media sosial seperti Instagram adalah efisiensi biaya dan waktu, serta jangkauan yang luas tanpa batas geografis. (Dinda & Reni, 2019).

Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling diminati di Indonesia. Berdasarkan data terbaru, jumlah pengguna Instagram di Indonesia terus meningkat, dengan sebagian besar pengguna berada dalam kelompok usia 18-24 tahun. Kemudahan dalam membagikan foto dan video membuat Instagram menjadi pilihan utama dalam promosi, terutama karena sifat visualnya yang menarik perhatian. Banyak pelaku usaha menggunakan Instagram untuk memperkenalkan produk mereka, termasuk sektor pariwisata. (Creeber dan Martin, 2009:12).

Salah satu objek wisata yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi adalah Alinia Park and Resort di Kabupaten Dharmasraya. Tempat wisata ini mengusung konsep wisata yang memadukan dunia peternakan dengan wahana permainan, menawarkan pengalaman wisata yang unik dan beragam. Dengan memanfaatkan Instagram, Alinia Park and Resort berhasil menarik perhatian banyak pengunjung, baik dari dalam maupun luar kabupaten. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya aktivitas pengunjung yang didokumentasikan di Instagram resmi mereka. (Creeber dan Martin, 2009:12).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan akun Instagram @aliniaparkandresort sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pengunjung, banyak di antara mereka yang mengetahui objek wisata ini melalui Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana media sosial dapat berperan sebagai alat promosi yang efektif dalam sektor pariwisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi fenomena atau kenyataan sosial dengan mendeskripsikan variabel-variabel terkait masalah dan unit yang diteliti (H. Ardial, 2015). Menurut Rosady Ruslan (2010:215), penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, melainkan diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik kesimpulan berupa pemahaman umum. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena peneliti ingin mendeskripsikan hasil penelitian melalui wawancara dan tulisan terkait objek penelitian, yaitu Pemanfaatan Akun Instagram @aliniaparkandresort sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata.

Menurut Sugiono (2013), instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang diamati. Dalam penelitian ini, instrumen terbagi menjadi: pada penelitian kualitatif, instrumen utama adalah peneliti sendiri (Human Instrument), karena peneliti memiliki peran penting dalam pelaksanaan dan keaslian data yang dikumpulkan. Instrumen pendukung dalam penelitian ini meliputi lembar observasi, pedoman wawancara, dan lembar studi dokumentasi. Lembar observasi berfungsi untuk memperoleh informasi tentang variabel penelitian secara terstruktur dan valid. Pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan terstruktur digunakan untuk memandu wawancara. Lembar studi dokumentasi digunakan untuk mencocokkan data melalui dokumentasi seperti gambar dan kutipan.

Menurut Moleong (2006:157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, sedangkan sumber data tambahan berupa dokumen dan sebagainya. Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer, menurut Sugiyono (2013:225), adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan sumber primer melalui pedoman wawancara dengan pemilik Alinia Park and Resort agar data yang diperoleh lebih akurat. Teknik purposive sampling digunakan untuk mengetahui analisis pemanfaatan akun Instagram @aliniaparkandresort sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung wisata. Informan utama adalah pengelola Alinia Park and Resort, dengan kriteria berusia 18-50 tahun. Sumber data sekunder, menurut Sugiyono (2016), adalah sumber yang tidak memberikan data secara langsung, misalnya melalui orang lain atau dokumen. Peneliti mengambil kutipan dari buku, jurnal, dan dokumen yang relevan dengan topik penelitian serta hasil observasi lapangan seperti foto-foto yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah awal yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung dan pencatatan yang objektif dari berbagai fenomena dalam situasi realistik. Jenis observasi yang dilakukan adalah observasi tidak terstruktur, yaitu pengamatan tanpa pedoman observasi, disusun berdasarkan perkembangan di lapangan. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan bertanya langsung kepada informan, menggunakan wawancara terstruktur (tertulis) untuk pembicaraan yang terarah dan terfokus. Dokumentasi berupa catatan peristiwa yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental digunakan untuk melengkapi data dengan foto-foto dan gambar terkait penelitian, diambil menggunakan handphone.

Analisis data merupakan proses penyusunan data untuk ditafsirkan. Menurut S. Nasution (2005:126), menyusun data berarti menggolongkannya ke dalam pola, tema, atau kategori untuk menghindari chaos. Interpretasi data memberikan makna kepada analisis, menjelaskan pola atau kategori, dan mencari hubungan antara konsep. Dalam penelitian ini, teknik analisis data mengikuti model interaktif yang dipopulerkan oleh Huberman dan Miles, yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Data yang diperoleh akan diolah secara kualitatif dan dianalisis dengan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan masalah penelitian. Proses analisis meliputi pengumpulan data berupa kata-kata, fenomena, sikap, dan perilaku dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya, reduksi data dilakukan untuk menajamkan, menggolongkan, dan mengorganisasikan data. Penyajian data memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Tahap akhir adalah menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil temuannya.

Penetapan keabsahan data memerlukan teknik pemeriksaan berdasarkan kriteria tertentu seperti kepercayaan (credibility), keteralihan (transferability), kebergantungan (dependability), dan kepastian (confirmability) (Moleong, 2006). Teknik triangulasi digunakan untuk menguji keabsahan data, yaitu triangulasi sumber untuk membandingkan hasil wawancara antar pihak, triangulasi teknik untuk membandingkan dokumentasi dengan hasil wawancara, dan triangulasi waktu untuk memeriksa keterangan dari sumber yang sama pada waktu berbeda. Triangulasi sumber dan teknik digunakan untuk menjamin keabsahan data yang diperoleh dari beberapa sumber dan teknik pengumpulan data. Sugiyono (2013:241) menyatakan bahwa triangulasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggabungkan berbagai teknik dan sumber, yang juga berfungsi untuk menguji kredibilitas data. Korelasi Pearson untuk mengetahui korelasi antar variabelnya. Setelah itu, dilakukan uji hipotesis untuk melihat apakah hipotesis yang diajukan terbukti atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan dalam sub bab sebelumnya, maka dalam bab ini peneliti akan menjabarkan pembahasan secara rinci untuk dapat menjawab tujuan dalam penelitian ini.

Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi

1. Pemanfaatan Instagram untuk Promosi

Admin akun Instagram @aliniaparkandresort menggunakan berbagai fitur Instagram untuk mempromosikan wisata Alinia Park and Resort. Berikut adalah beberapa strategi yang diterapkan:

- a. Fitur Caption
Caption digunakan pada setiap postingan untuk memberikan informasi tambahan dan menarik perhatian calon pengunjung. Ramadhan, admin akun, menyatakan bahwa caption sering digunakan untuk mengajak orang berkunjung.
- b. Fitur Hashtag
Hashtag seperti #aliniaparkandresort dan lainnya mempermudah pengguna menemukan akun tersebut dan meningkatkan visibilitas promosi.
- c. Fitur Geotag (Lokasi)
Lokasi wisata tercantum di profil dan setiap postingan, memudahkan pengunjung menemukan lokasi Alinia Park and Resort melalui Google Maps.
- d. Fitur Follow
Admin memilih akun-akun tertentu untuk di-follow guna meningkatkan popularitas wisata, terutama akun-akun terkait wisata.
- e. Fitur Komentar
Kolom komentar memungkinkan pengunjung memberikan feedback, kritik, dan saran tentang kunjungan mereka.
- f. Fitur Mentions
Pengunjung sering men-tag teman mereka untuk mengajak berkunjung, yang membantu promosi.
- g. Reels Instagram
Video Reels digunakan untuk memberikan informasi terbaru dan menarik perhatian pengunjung potensial.

2. Peningkatan Minat Pengunjung

Penggunaan Instagram sebagai media promosi terbukti efektif dalam menarik pengunjung baru. Promosi melalui Instagram membuat informasi tentang wisata lebih mudah diakses dan di-share, yang berkontribusi pada peningkatan jumlah pengunjung. Ramadhan menyebutkan adanya peningkatan pengunjung setiap bulan setelah promosi. Pengalaman positif dari pengunjung yang mengetahui Alinia Park and Resort melalui Instagram juga memperkuat efektivitas strategi ini.

Wawancara dengan beberapa pengunjung menunjukkan bahwa promosi di Instagram dapat menarik minat dan meningkatkan kunjungan, berkat kemudahan informasi dan interaksi yang diberikan melalui media sosial ini.

3. Analisis Pemasaran

Berdasarkan teori bauran pemasaran (4P) dari Kotler:

- a. Product (Produk)
Menawarkan berbagai wahana wisata seperti flying fox, perahu karet, dan water boom.
- b. Price (Harga)
Informasi harga tiket dipublikasikan melalui Instagram Stories, memudahkan pengunjung mengetahui tarif.
- c. Place (Tempat)
Lokasi wisata dicantumkan di profil Instagram dan postingan, mempermudah pencarian lokasi.

d. Promotion (Promosi)

Aktivitas promosi dilakukan dengan menggunakan berbagai fitur Instagram untuk menarik perhatian dan meningkatkan jumlah pengunjung.

Dalam era digital Secara keseluruhan, Instagram menjadi alat promosi yang efektif, mempermudah penyampaian informasi, dan meningkatkan minat pengunjung ke Alinia Park and Resort.

Alinia Park and Resort memanfaatkan Instagram secara efektif untuk promosi wisata mereka dengan memanfaatkan berbagai fitur platform ini. Mereka fokus pada pembuatan konten berkualitas tinggi yang menampilkan suasana outdoor seperti flying fox, ATV, dan waterboom, sesuai dengan konsep Instagramable yang diusung. Konten diposting secara rutin tiga kali seminggu untuk menjaga minat followers dan menghindari spam. Konsistensi dalam waktu posting, kualitas gambar, dan tema visual menjadi perhatian utama.

Fitur Instagram Stories digunakan untuk memberikan informasi terkini seperti jam buka, sementara hashtag khusus (#aliniaparkandresort) membantu meningkatkan visibilitas konten dan mempermudah pencarian. Geotag pada profil mempermudah pengunjung menemukan lokasi resort. Selain itu, fitur interaksi seperti komentar dan mentions dimanfaatkan untuk membangun hubungan dengan followers dan memperluas jangkauan konten melalui kolaborasi dengan media lokal seperti @infodharmasraya.

Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan eksposur Alinia Park and Resort tetapi juga memperkuat posisi mereka di komunitas lokal. Secara keseluruhan, strategi promosi melalui Instagram yang dilakukan oleh Alinia Park and Resort menunjukkan upaya yang sistematis dan terintegrasi, memanfaatkan berbagai fitur untuk meningkatkan brand awareness dan membangun saat ini, media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi alat promosi yang sangat efektif bagi industri pariwisata. Alinia Park and Resort memanfaatkan platform ini dengan optimal untuk menarik minat pengunjung. Melalui Instagram, resort ini mengunggah foto dan video berkualitas tinggi yang menampilkan keindahan dan keunikan destinasi mereka. Hasilnya, mereka berhasil menarik perhatian pengguna media sosial dan meningkatkan jumlah pengunjung.

Strategi promosi yang diterapkan termasuk pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti Stories dan Highlight untuk memberikan informasi terbaru dan konten interaktif. Interaksi aktif dengan pengikut, termasuk menanggapi komentar dan mengadakan program promosi, juga terbukti efektif dalam membangun keterlibatan dan loyalitas pengunjung. Selain itu, kolaborasi dengan akun besar seperti @infodharmasraya meningkatkan eksposur dan minat pengunjung.

Keunggulan Instagram dalam menyampaikan pesan secara visual, kemudahan penggunaan, dan fitur-fitur seperti waktu tayang 24 jam dan tagar, membuatnya menjadi pilihan utama untuk promosi. Melalui strategi ini, Alinia Park and Resort tidak hanya berhasil memperkenalkan destinasi mereka tetapi juga meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan.

Secara keseluruhan, Instagram terbukti menjadi alat pemasaran yang efektif, dengan fitur-fitur yang mendukung kegiatan promosi dan memungkinkan pengelola untuk berinteraksi secara langsung dengan calon pengunjung. Pengelola Alinia Park and Resort dapat terus mengembangkan strategi ini untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi mereka di pasar pariwisata.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dalam skripsi “Analisis Pemanfaatan Akun Instagram @alinia park and resort sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata”, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Pengelola Alinia Park and Resort telah memanfaatkan akun Instagram @aliniaparkandresort secara efektif dalam

kegiatan promosi. Penggunaan fitur-fitur Instagram seperti caption, hashtag, likes, mentions, dan geotag telah sesuai dengan teori promosi media sosial. Metode Tiga Diamond Rule, yang meliputi konten, konsistensi, dan komunitas, juga telah diterapkan dengan baik. Data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi menunjukkan bahwa Instagram terbukti efektif dalam meningkatkan minat pengunjung. Banyak pengunjung mengaku mengetahui Alinia Park and Resort melalui gambar atau postingan di akun Instagram tersebut.

REFERENSI

- Afifah, M. (2021). Peran Akun Instagram@ Kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Ardial, H. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Agustina, Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja diSma Negeri 3 Samarinda, eJournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman, 2016, 412
- Agustina, Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda, Samarinda, 2016, 223.
- Basrowi. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Creeber, G. & Martin, R (ed.). (2009), Digital Cultures: Understanding NewMedia, Berkshire-England: Open University Press.
- Danang Sunyoto, Strategi Pemasaran (Yogyakarta: PT Buku Seru, 2005), 157.Data Penduduk Kabupaten Dharmasraya Tahun 2023 angka Data dari BPS Dharmasraya Tahun 2023
- Deru R. Indika, et.al, Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen, Jurnal Bisnis Terapan, Vol.01 No. 01, Juni 2017, 27
- Dufira, S. (2023). Komunikasi Pemasaran Untuk Menarik Minat Pengunjung Pariwisata (Studi Kasus Pada Alinia Park and Resort di Kabupaten Dharmasraya) (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Farida Nugrahani, Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa
- Faristiana, a. R. (2023). Pemanfaatan instagram@ madiunumbulsquare sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung taman wisata madiun umbul square. Jurnal sosial jurnal penelitian ilmu-ilmu sosial, 24(2), 75-81.
- Faristiana,A.R.(2023).Pemanfaatan instagram @madium bulsquare sebagai minat pengunjung taman wisata medium umbul square. Jurnal social jurnal penelitian Ilmu-ilmu social,24(2),75-81.
- Fedianty Augustinah dan Widayati, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang, Jurnal Dialektika, Vol. 4 No. 2, September 2019
- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan instagram sebagai sarana promosi oleh pengelola industri kreatif fashion di kota Bandung. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, 2.
- Kurnia, Septiawan S, Jurnalisme Kontemporer, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia 2005)
- Mafiroh, f. (2019). Pemanfaatan media sosial instagram oleh akun@ tamanwisatagenilagit sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung taman wisata geni langit (doctoral dissertation, iain ponorogo).

- Mubaroq, a. B. S. (2023). Pemanfaatan instagram@ madiunumbulsquare sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung taman wisata madiun umbul square (doctoral dissertation, iain ponorogo).
- Muhammad Rizqi Arifuddin dan Irwansyah, Perkembangan Instagram Dalam Perspektif Konstruksi Sosial, Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, Vol. 3 No. 1, April 2019, 39.
- Nawawi, Hadari. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007.
- Nugrahani, Farida. Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. Surakarta: 2014
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan instagram sebagai media promosi social commerce usaha bro. Do. Jurnal Pustaka Komunikasi, 5(1), 136-149.
- Puspitarini, Dinda Sekar dan Reni Nuraeni. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). Jurnal Common, Vol. 3, No. 1, Juni 2019, p. 71-80
- Raco, Metode Penelitian Kualitatif, 111
- Rosady Ruslan, Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010), 215
- Rulli, Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi, Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV
- Suryanto, 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. Cetakan Pertama. Bandung.
- Suryanto. 2012. Membangun Citra Positif dengan Metode Public Relations.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Jurnal Common, 5(2), 118-133.
- Try Nuryanti. Kom & Realitas Sosaial Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Bandar Lampung, Jurnal Komunikasi Vol. 12 No. 12, Bandar Lampung 2016, 14
- Wainira, M. A., Liliweri, Y. K., & Mandaru, S. S. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image. Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi, 10(2), 138-148.
- Waluyo, Herman J. 1987. Teori dan Apresiasi Puisi. Jakarta: Penerbit Erlangga. Applied Social Psychology 45(2): 105-121.
- Wardani, D. K. (2014). Resepsi Pembaca Terhadap Teks Homoerotika dalam Slash Fanfiction. (Skripsi). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta. Retrieved from http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/67271